



costante di ogni prodotto nonostante le varie criticità di materia prima che hanno caratterizzato gli ultimi periodi.

FREDDO EFFICACE, VENDITE VINCENTI

Il sistema di refrigerazione è un supporto tecnico fondamentale per la vendita dei prodotti di IV e V gamma, poiché deve garantire una costanza della catena del freddo e allo stesso tempo consentire di valorizzare i prodotti nel banco frigo. «La Gdo richiede soluzioni di refrigerazione sempre più performanti, sostenibili e orientate all'esperien-

SCHEDE PRODOTTI

PLANET FARMS/FRESCAAH

Nome prodotto: Mix Vivace

Caratteristiche: una combinazione di lattuga rossa, komatsuna e foglie di senape, nata dall'incontro tra l'agricoltura verticale e la ricerca dell'eccellenza. Senza pesticidi, 100% italiano tutto l'anno.



RIVERFRUT/COTTINTAVOLA SUBITO PRONTI

Nome prodotto: Fondi di carciofo grigliati

Caratteristiche: fondi di carciofo grigliati e ricettati freschi, pronti all'uso. La referenza è proposta nel formato da 200 g.



SPREAFICO

Nome prodotto: Linea benessere - Vitamina C, Vitamina A, Potassio

Caratteristiche: gamma composta da tre macedonie naturalmente ricche di Vitamina C, Vitamina A e Potassio, ideale per chi cerca nella frutta un'iniezione di salute e benessere.



za d'acquisto – osserva **Luca Masiero, direttore vendite di Arneg Italia** –. Nel reparto del fresco,

le priorità sono il mantenimento costante della temperatura, l'uniformità del freddo nei banchi espositivi, la riduzione dei consumi energetici e l'impiego di refrigeranti naturali a basso impatto ambientale. Cresce, inoltre, la domanda di sistemi intelligenti per il monitoraggio e la gestione, in grado di assicurare alte per-

formance, prevenire anomalie e ottimizzare la manutenzione, esigenza a cui rispondiamo con tecnologie che uniscono l'intelligenza artificiale e machine learning per prevedere anomalie e disastri fino a cinque giorni prima dell'evento». L'ortofrutta di IV e V gamma è una categoria ad alta marginalità ma soggetta a rapido deperimento, perciò richiede una conservazione impeccabile, assicurata solo da soluzioni di refrigerazione avanzate, come sottolinea **Elena Cagnoni, product and marketing strategy manager di Epta**: «In tale contesto, le attrezzature frigorifere evolvono in funzione delle nuove esigenze del comparto. Rigorosamente in versione closed, con l'obiettivo di garantire un superiore isolamento termico e minimizzare gli sprechi alimentari, gli arredi refrigerati diventano nel reparto anche veri e propri strumenti di marketing, in grado di valorizzare l'assortimento e supportare un merchandising volto a guidare il comportamento d'acquisto».

